

Postalische Befragungen in den neuen Bundesländern: Durchführungsbedingungen, Ausschöpfungsquoten und soziale Zusammensetzung der Befragten in einer Großstadtstudie

Reuband, Karl-Heinz

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Reuband, K.-H. (1999). Postalische Befragungen in den neuen Bundesländern: Durchführungsbedingungen, Ausschöpfungsquoten und soziale Zusammensetzung der Befragten in einer Großstadtstudie. *ZA-Information / Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung*, 45, 71-99. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-199466>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Postalische Befragungen in den neuen Bundesländern. Durchführungsbedingungen, Ausschöpfungsquoten und soziale Zusammensetzung der Befragten in einer Großstadtstudie.

von **Karl-Heinz Reuband**¹

Zusammenfassung

*Postalische Umfragen in den neuen Bundesländern weisen niedrigere Ausschöpfungsquoten auf als postalische Befragungen in den alten Bundesländern. Am Beispiel einer Untersuchung in der Bevölkerung der Stadt Dresden ab 18 Jahren, basierend auf einer Randomstichprobe aus dem Einwohnermelderegister, wird dargelegt, daß dies keineswegs zwangsläufig ist, wenn man den Empfehlungen von **Don Dillman** folgt und bis zu drei Mahnaktionen durchführt. Man kann dann mindestens 60% der Personen in der bereinigten Bruttostichprobe zur Teilnahme motivieren. Ob man das Anschreiben mit einer Briefmarke versieht, hat - wie experimentelle Prüfungen belegen - keine Auswirkungen auf die Ausschöpfungsquote. Durch die Mahnaktionen werden vor allem die politisch Desinteressierten und Personen mit niedriger Teilnahmemotivation verstärkt in die Erhebung einbezogen.*

Abstract

Mail surveys have had lower response rates in East Germany than in West Germany. On the basis of a mail survey in Dresden, consisting of a random sample from the city registry of people 18 years and older, it is shown that this needs not be the case if the recommen-

¹ **Karl-Heinz Reuband** ist ordentlicher Professor am Sozialwissenschaftlichen Institut der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Lehrstuhl Soziologie II, Universitätsstr. 1, 40225 Düsseldorf, e-mail: reuband@phil-fak.uni-duesseldorf.de. Die Untersuchung, auf die sich dieser Beitrag stützt, wurde durchgeführt zu der Zeit, in der er eine Professur für Methoden der empirischen Sozialforschung am Institut für Soziologie der TU Dresden innehatte.

datations of Don Dillman are followed and up to three reminders are sent. In the Dresden study 60% of the eligible respondents under these circumstances took part in the survey. Whether the letter was stamped or not did not affect the response rate. Reminders drew above all the politically disinterested and the little motivated into the sample.

1 Einleitung

Bevölkerungsumfragen stellen in den neuen Bundesländern eine relativ neue Erfahrung dar. Zur Zeit der DDR gab es sie kaum, allenfalls auf nicht repräsentativer Basis und dann meist in Form schriftlicher Befragungen in Industriebetrieben oder im Gruppenkontext unter Schülern und Lehrlingen (vgl. **Sahner** 1995, **Niemann** 1995). Diese Situation änderte sich erst mit der Wende, als westdeutsche Institute begannen, repräsentative Erhebungen in der Gesamtbevölkerung durchzuführen. Dies geschah zunächst in der für die alten Länder üblichen Weise - nämlich face-to-face -, dann kamen zeitversetzt zur Ausbreitung des Telefonbesitzes in der Bevölkerung Telefonumfragen hinzu. Inzwischen hat sich die Umfrageforschung mit ihrem gesamten Spektrum an Verfahren und ihrer Praxis auch in den neuen Bundesländern etabliert. Face-to-face und telefonische Befragungen dominieren. Postalische Erhebungen blieben ähnlich wie in Westdeutschland selten (**Reuband** 1998a).

Der Grund dafür, daß postalische Befragungen so selten eingesetzt werden, liegt in ihrem methodisch kontroversen Charakter. Geradezu durchgängig werden sie in den Lehrbüchern als minderwertig - wenn nicht gar unbrauchbar – eingestuft (vgl. z.B. **Atteslander et al.** 1999, **Schnell et al.** 1999). In manchen Darstellungen, in denen auch die Methoden der empirischen Sozialforschung abgehandelt werden, werden sie nicht einmal erwähnt (z.B. **Roth** 1998). Das am häufigsten vorgebrachte Argument gegen ihre Verwendung lautet: Ihre Ausschöpfungsquoten seien zu niedrig, eine Repräsentativität der Ergebnisse daher nicht sichergestellt. Sie wären allenfalls bei Spezialpopulationen einsetzbar, bei denen ein enger Bezug zur Thematik der Untersuchung bestände und die Motivation zur Teilnahme besonders hoch sei. Besondere Bemühungen, die Defizite des Instrumentariums zu verbessern, wurden angesichts dieses grundsätzlichen Negativurteils nicht unternommen.²

Die eigentliche Wende, die der postalischen Erhebung in der akademischen Sozialforschung wieder eine verstärkte Beachtung und eine gewisse Respektabilität einbrachte, kam erst in den 70er Jahren durch die Arbeiten von **Don Dillman** in den USA zustande. Wie **Dillman** deutlich machte, sind niedrige Ausschöpfungsquoten keine Notwendigkeit, man

2 Nur in der Marktforschung, die in der Regel auf spezielle Konsumentengruppen ausgerichtet ist, bei denen aufgrund der thematischen Nähe am ehesten akzeptable Rücklaufquoten erwarten werden können, gab es weitgehend unbeachtet von der akademischen Sozialforschung lange Zeit Versuche, mittels experimenteller Studien die Einsatzmöglichkeiten dieses Erhebungsinstrumentariums zu verbessern (vgl. z.B. **Richter** 1970, **Erdos** 1970, **Hafermalz** 1976).

kann bei Beachtung entsprechender Empfehlungen gemäß der von ihm entwickelten „Total Design Method“ (TDM) Ausschöpfungsquoten erzielen, die denen mündlicher Face-to-face-Befragungen entsprechen (*Dillman* 1978). Mehrere Autoren in den USA und anderen Ländern sind inzwischen den Empfehlungen *Dillmans* gefolgt und haben ebenfalls Erfolgsquoten erzielen können, die weit über denen liegen, die in der Literatur bis vor kurzem für möglich gehalten wurden. Die aus der älteren Literatur bekannten Richtwerte für prinzipiell mögliche Ausschöpfungsquoten bei postalischen Befragungen - in allgemeinen Bevölkerungsbefragungen weniger als ein Drittel (vgl. z.B. *Blankenship* 1961: 56) - werden weit übertroffen.

2 Unterschiede in den Ausschöpfungsquoten in Ost- und Westdeutschland?

Überblickt man die vorliegenden deutschen postalischen Erhebungen, die sich auf die allgemeine Bevölkerung beziehen und sich zumindest teilweise auf das *Dillman* Design stützen, so scheint es, als könne man auch dort überdurchschnittlich hohe Ausschöpfungsquoten erreichen. Zugleich aber gewinnt man den Eindruck, als seien sie in den neuen Bundesländern in der Regel niedriger als in den alten Ländern. In den alten Ländern liegen sie im Rahmen allgemeiner großstädtischer Bevölkerungsumfragen meist zwischen 60% und 70%, mitunter auch höher (vgl. u.a. *Hippler* 1985, *Blasius* und *Reuband* 1995, *Bick* und *Dobroschke* 1995, Amt für Statistik und Wahlen 1995, *Brettschneider* und *Schumacher* 1996, *Arzheimer* und *Klein* 1998). In den Umfragen in den neuen Bundesländern dagegen werden diese Werte fast durchgängig unterschritten. Und dies gelegentlich sogar in recht spektakulärer Weise.

So konnte z.B. in einer Untersuchung, die auf der Grundlage einer Einwohnermeldestichprobe in Magdeburg und Halle unter Einsatz mehrerer Mahnaktionen und finanzieller Anreize unternommen wurde, lediglich eine Ausschöpfungsquote von 21% bzw. 27% erreicht werden (*Andreß et al.* 1995: 178). Andere Erhebungen in Ostdeutschland - selbst wenn sie auf finanzielle Anreize verzichteten - waren im Vergleich zu dieser Studie erfolgreicher. Doch so erfolgreich wie westdeutsche Studien wurden sie nicht. In den Umfragen seitens des Statistischen Amtes der Stadt Dresden z.B. beliefen sich die Quoten auf Werte zwischen 40 und 44% (Landeshauptstadt Dresden 1997: 7) und in Erhebungen seitens der Technischen Universität Dresden auf Werte zwischen 40 und knapp 50% (*Zimmermann et al.* 1995, *Neumann-Oellerking* 1996, *Becker* und *Nietfeld* 1999). Lediglich in kommunalen Umfragen durch die Stadt bzw. die Universitäten in Leipzig und Halle wurden Werte von etwas über 50% erreicht (*Mnich* 1993, Stadt Leipzig 1993). Im Vergleich zu den üblichen Ausschöpfungsquoten lokaler Umfragen im Westen wird das Befragungspotential gleichwohl auch in diesen besonders erfolgreichen Studien nicht voll ausgeschöpft.

Die Gründe für das relativ ungünstige Abschneiden der ostdeutschen Befragungen sind unklar. Sind es ostdeutsche Spezifika, die sich auswirken, oder sind es Folgen der jeweiligen Methode? Methodeneffekte, die aus der Administration der Erhebung erwachsen, können als Einflußfaktoren jedenfalls nicht völlig ausgeschlossen werden: So war in der Untersuchung in Magdeburg und Halle, in der trotz finanzieller Anreize (die hohe Ausschöpfungsquoten normalerweise begünstigen, vgl. *Hippler* 1985, *Schneider* 1995) die Ausschöpfungsquoten unerwartet niedrig lagen, der Fragebogen nicht an das Forschungsinstitut, sondern direkt an eine Lotteriezentrale zu senden. Über diese sollte auch die Preisausschüttung erfolgen. Vermutlich ist die Einschaltung dieser Einrichtung der entscheidende Grund für die geringe Beteiligung: Der wissenschaftliche Charakter der Umfrage wird dadurch in Frage gestellt, die Grenzen zwischen Wissenschaft und Werbung verwischen. Die Tatsache, daß in anderen Untersuchungen in der Stadt Halle Werte knapp über 50 % erzielt wurden (*Mnich* 1993), deutet darauf hin, daß eine stadtspezifische Eigenart für das Phänomen nicht verantwortlich sein kann.

Auch in den übrigen ostdeutschen Studien mit niedrigen Ausschöpfungsquoten sind Methodeneffekte eine mögliche Ursache. Hier ist es vermutlich vor allem der Verzicht auf mehrmalige Mahnaktionen, der sich auswirkte. So war in den beiden Umfragen des statistischen Amtes in Dresden aus Kostengründen nur eine Mahnung üblich. Aus den gleichen Gründen beschränkte sich eine Projektgruppe am Institut für Arbeitsmedizin der Technischen Universität Dresden auf eine Mahnaktion (*Neumann-Oellerking* 1996) und ebenso eine Forschergruppe am Institut für Soziologie (*Becker* und *Nietfeld* 1999). Eine Identifikationsnummer auf den Fragebögen, die eine selektive und kostengünstige Mahnung ermöglicht hätte, fehlte, weil man meinte, dies würde das Antwortverhalten beeinflussen oder sei aus Datenschutzgründen nicht möglich. Die Alternative, die Identifikation für die Mahnaktion über eine beigelegte Postkarte mit Nummer zu bewerkstelligen, die getrennt vom Fragebogen zurückgesandt wird und in dieser Weise Anonymität gewährleistet (vgl. *Goode* und *Hatt* 1965:174, *Reuband* 1999a), wurde nicht in Betracht gezogen.

Doch es gibt auch in Dresden Erhebungen, die sich auf mehrmalige Mahnaktionen stützen und dennoch nur zu niedrigen Ausschöpfungsquoten führten, wie eine Studie am Institut für Soziologie der TU Dresden zum Thema Gesundheit. Dort wurde in Übereinstimmung mit *Dillmans* Empfehlungen bis zu dreimal ein Mahnschreiben versandt, gleichwohl kam die Ausschöpfungsquote über einen Wert von 40% nicht hinaus (*Zimmermann et al.* 1995: 75). Bedeutet diese Tatsache, daß in Ostdeutschland andere Gesetzmäßigkeiten als in Westdeutschland gelten? Sind postalische Umfragen in den neuen Bundesländern schlechter einzusetzen als in den alten? Oder verhinderten auch bei der zuletzt genannten Studie externe Störgrößen und/oder methodische Eigenheiten im Untersuchungsdesign eine entsprechend hohe Ausschöpfungsquote? Diese Fragen können auf der Basis der bisherigen Untersuchungen nur unzureichend beantwortet werden. Zwar gibt es einige Mut-

maßen über das schlechte Resultat dieser Studie, so im Zusammenhang mit der allgemeinen Postzustellung, doch es sind eben bloße Vermutungen, keine hinreichenden Beweise. Es bedarf daher einer breiteren empirischen Erfahrungsbasis. Die Zahl der thematisch variierenden Studien, die dem *Dillman* Design folgen und die Zahl der empfohlenen Mahnaktionen berücksichtigen, muß erhöht und zugleich untersucht werden, welche Strategien besonders günstige Ergebnisse erbringen.

Im folgenden soll über eine eigene postalische Studie in Dresden berichtet werden. Dresden zählt neben Leipzig zu den beiden größten Städten in den neuen Bundesländern mit rund 480.000 Einwohnern. Dresden erscheint in Kontext unserer Fragestellung auch deswegen interessant, weil dort die postalischen Bevölkerungsumfragen konsistent niedrige Ausschöpfungsquoten erbrachten - die Stadt also aus dieser Sicht einen durchaus gewichtigen "Testfall" darstellt. Unsere Studie umfaßt ein breites Themenspektrum: vom Freizeitverhalten, der Kriminalitätserfahrung und -furcht bis hin zur Politik. Bei der Durchführung der Befragung orientierten wir uns an den Empfehlungen von *Don Dillman* (vgl. *Dillman* 1978). Dies schloß die Gestaltung des Anschreibens ebenso mit ein wie die personalisierte Anrede der Zielperson, die persönliche Unterschrift des Forschers mittels Kugelschreiber sowie die Mahnaktionen in einem spezifischen zeitlichen Abstand. Darüber hinaus wurden mehrere experimentelle Variationen in die verschiedenen Erhebungswellen eingebracht, um zu klären, unter welchen Bedingungen höhere Ausschöpfungsquoten möglich sind. Im folgenden interessiert zum einen, wie sehr die von uns gewählten, verschiedenen "Anreize" die Ausschöpfungsquote erhöhten. Und zum anderen, wie sehr durch die Mahnaktionen Personen einbezogen wurden, die sich zunächst der Befragung fernhielten.

3 Methodisches Vorgehen

Grundlage der Untersuchung ist eine Zufallsstichprobe von 1500 Personen der wahlberechtigten Wohnbevölkerung im Alter von 18 Jahren an aufwärts aus dem Einwohnermelderegister der Stadt Dresden. Sie wurden von uns vom Institut für Soziologie der Technischen Universität Dresden (Professur für Methoden der empirischen Sozialforschung) ausgeschrieben und gebeten, den beiliegenden 12-seitigen Fragebogen mit 64 Fragen (wenn Statements einzeln gerechnet werden, handelt es sich um 132 Fragen) auszufüllen und mittels beiliegendem Rücksendeumschlag innerhalb der nächsten Tage zurückzusenden. Deklariert wurde die Befragung als eine Studie zu den Lebensbedingungen in Städten. Die Feldphase lag im Frühjahr 1995. Die Zeit für die Beantwortung dürfte im Schnitt bei 30-40 Minuten gelegen haben.

In dem Anschreiben wurde gemäß *Dillmanns* Empfehlungen auf die Wichtigkeit der Erhebung hingewiesen, die Freiwilligkeit der Teilnahme und die Möglichkeit telefonischer Rückfragen betont. Der Fragebogen war im DIN A4-Format abgefaßt und nicht, wie

Dillman es für ratsam erachtet, im DIN A5-Format. Zum einen hatten wir in der Vergangenheit in einer Studie in Köln mit dem DIN A4 gute Erfahrungen gemacht (**Reuband** und **Blasius** 1996). Zum anderen ist anzunehmen, daß Ältere mit Leseschwächen mit DIN A4-Formaten besser umgehen können. Der Text ist nicht verkleinert und daher besser lesbar.

Versehen war jeder Fragebogen auf dem Deckblatt mit einer Nummer. Diese Nummer sollte zur Identifikation des Teilnehmers beim Rücklauf dienen, um bei den weiteren Mahnschreiben nur noch diejenigen zu kontaktieren, die bislang nicht geantwortet hatten. Die Funktion der Nummer wurde im Anschreiben erwähnt. Der Hälfte der Zielpersonen wurde ein Beiblatt beigelegt, in dem ausführlicher auf die Bedeutung der Numerierung und die Durchführung der Datenerhebung eingegangen wurde. In ihrem Fall konnte das Anschreiben etwas kürzer gehalten und auf das Beiblatt verwiesen werden. Weil die Personen, die das Beiblatt erhielten, eine Basis für eine etwaige spätere Paneluntersuchung darstellen sollte (die später dann auch realisiert wurde, vgl. **Reuband** 1998b), wurde die Möglichkeit von Wiederholungs- und Folgeuntersuchungen sowie einer Speicherung der Anschrift erwähnt.

Der Versand der Briefe erfolgte mittels "Infopost". Die "Infopost" dient der Versendung von Massendrucksachen zur ermäßigten Gebühr und war früher unter dem Begriff "Drucksache" bekannt. Wer sich für diese Versandart entscheidet, der kann bei Einhaltung entsprechender Vorgaben (für die Mindestzahl der Einlieferungen und eine Ordnung der Briefe nach Postleitzahlen) mehr als die Hälfte der Portokosten sparen. Er muß dafür freilich eine weniger schnelle Versendung in Kauf nehmen: die einzelnen Postämter entscheiden selbständig darüber, wie schnell diese Post ausgetragen wird. Je nach Dienststelle und Umfang der zu verteilenden Post kann dies zu Verzögerungen gegenüber dem normalen Zustellungsdienst von ein bis drei Tagen, im Extremfall auch von mehr Tagen führen.

Bei der Organisation der Mahnaktionen orientierten wir uns an den Ratschlägen **Dillmans**. Nach rund einer Woche folgte ein erstes Schreiben, in dem an die Beantwortung des Fragebogens erinnert wurde. Rund drei Wochen nach dem Erstversand folgte ein zweites Schreiben, erneut mit dem Fragebogen und Rücksendeumschlag, und rund sieben Wochen nach Erstversand ein drittes, ebenfalls mit dem Fragebogen und Rücksendeumschlag. In dem Schreiben wurde versucht, mit jeweils wechselnden Akzenten in der Argumentation die Dringlichkeit der Beantwortung und die Bedeutung der Studie zu betonen.

Darüber hinaus bemühten wir uns, die Zielpersonen mittels Presseveröffentlichungen zu motivieren. Meldungen in Tageszeitungen über ein Forschungsprojekt gelten im allgemeinen als ein Mittel zur Förderung der Teilnahmebereitschaft an Umfragen. Deshalb sind Projektleiter bei Lokalstudien oftmals geneigt, mittels Pressemitteilung oder Pressekonferenz auf die eigene Studie aufmerksam zu machen. Allerdings ist nicht gewiß, wieviele der

Zielpersonen diese Veröffentlichung zur Kenntnis nehmen. In Untersuchungen, in denen danach gefragt wurde, bejaht dies lediglich eine Minderheit (*Schwind et al.* 1978).

Aus diesem Grund haben wir der ersten Mahnaktion dem Schreiben sicherheitshalber eine Kopie eines Zeitungsartikels über das Projekt beigelegt. Die Kopie eines weiteren Artikels wurde dann der zweiten Mahnaktion beigelegt. Dieser weitere Artikel war in einer der lokalen Anzeigenblätter erschienen und beruhte ebenfalls auf einer von uns verfaßten Pressemitteilung. Sie war von vornherein nicht als bloße Mitteilung an die Presse, sondern auch als ein Element zur Motivierung der Zielpersonen konzipiert und entsprechend formuliert worden. Vom Anzeigenblatt wurde sie - wie erhofft - nahezu vollständig und wortwörtlich übernommen.³

4 Experimentelle Variationen

In der Untersuchung wurden z.T. in Anlehnung an Aussagen in der Methodenliteratur die Bedingungen genau zu bestimmen versucht, unter denen sich eine zu hohe Teilnahme bei postalischen Befragungen einstellt. Zu diesem Zweck wurden die Randbedingungen mehrfach - von der ersten bis hin zur letzten Welle der Erhebung - variiert (vgl. Abbildung). Die Aufteilung auf die verschiedenen Subgruppen erfolgte in jeder der drei Erhebungswellen neu und zufällig. Die jeweils folgende experimentelle Variation baut dadurch auf dem noch bestehenden, nicht ausgeschöpften Pool an Zielpersonen auf. In dieser Weise werden alle Subsamples in die Variationen einbezogen. Die Auswertung erfolgte quer zu den Subsamples der vorangegangenen Wellen, nur im Hinblick auf die experimentelle Variante der jeweiligen Erhebungswelle. Zwar wird die Stichprobengröße mit steigender Zahl der Mahnungen reduziert, sie bleibt für Analysen jedoch groß genug. Belief sich die Besetzungszahl der vier Subgruppen in der ersten Welle auf 375 Personen, so betrifft sie in der dritten Mahnwelle - bezogen auf drei Subgruppen - jeweils 154 Personen (auf eine Analyse von Interaktionseffekten der jeweiligen experimentellen Variationen wurde aus Gründen der Fallzahl verzichtet).

Die *erste experimentelle Variation* betrifft die Versandart. In der Literatur gelten Massendrucksaachen, wie wir sie verwandten, für die Erzielung hoher Rücksendequoten bei postalischen Umfragen als ungünstig (vgl. u.a. *Hafermalz* 1976: 486, *Dillmann* 1978). Individuelle Versandaktionen mit Briefmarken werden statt dessen als empfehlenswerte

3 Anzeigenblätter sind - je nach Region verschieden stark - daran interessiert, ihre Zeitung mit Textbeiträgen zu füllen. Universitätsinstitute dürften hierbei einen gewissen Bonus aufweisen und eine relativ große Chance haben, ihre Beiträge (wenn sie presserelevant aufbereitet sind) dort zu platzieren. Bei den Tageszeitungen sind die Chancen geringer, die Zeitungen sind stärker an den Ergebnissen der Untersuchung interessiert als der bloßen Mitteilung, daß sie stattfindet - es sei denn sie hat einen hohen Neuigkeitswert, weil ein als relevant erachtetes Thema erstmals in der Stadt untersucht wird oder sie in anderer Weise eine Besonderheit darstellt.

Abbildung: Übersicht über die experimentellen Anordnungen in den Erhebungswellen

1. Welle*	Weißer Standardbriefumschlag ohne Beizettel	Grauer Standardbriefumschlag ohne Beizettel	Weißer Standardbriefumschlag mit Beizettel	Weißer DIN A 5 Umschlag mit Beizettel
2. Welle	Erinnerungsschreiben mit Zeitungsartikel			Erinnerungsschreiben mit spektakulär aufgemachten Zeitungsartikel
3. Welle	Keine Subgruppen. Alle Zielpersonen erhalten Mahnschreiben mit Kopie eines Artikels aus lokalem Anzeigenblatt sowie Fragebogen			
4. Welle*	Erinnerungsschreiben mit Gewinnversprechen und Fragebogen	Erinnerungsschreiben mit Fragebogen		Erinnerungsschreiben ohne Fragebogen

Die Subgruppeneinteilung erfolgt jeweils neu in jeder Welle. Die Zahl der angeschriebenen Personen ist gleichmäßig über die Subgruppen der verschiedenen Erhebungswellen aufgeteilt (Die Subgruppen der 2. Welle - ebenso wie in der 3. Welle - stützen sich mithin auf alle schon vorher existierenden Subgruppen).

* Zusätzliche Variationen in der 1. Welle: Versand mit Briefmarken bei einem Teil der Briefumschläge (N = 150) in den drei Subgruppen mit Standardbriefumschlag. In der 4. Welle wurde ein Teil der Befragten auch telefonisch kontaktiert (N = 22). Diese Variationen verteilen sich zufällig über die aufgeführten Subgruppen hin.

Vorgehensweise bezeichnet, werde doch dadurch die Individualität und Exklusivität des Adressaten betont. Ältere Untersuchungen aus den USA scheinen diese Annahme empirisch zu belegen: die Anschreiben mit Briefmarke zeichnen sich durch höhere Ausschöpfungsquoten aus als die ohne Briefmarke (vgl. u.a. **Friedrichs** 1990: 241; vgl. auch **Church** 1993). Andererseits muß ein Versand mittels Infopost und ohne Briefmarken nicht notwendigerweise - wie in der Literatur suggeriert - den Eindruck einer Massensendung vermitteln. Schreiben, die von Institutionen ausgehen, weisen heutzutage oft keine Briefmarke, sondern nur noch einen Stempelaufdruck auf. Dieser Stempelaufdruck gibt die Portokosten und den Absender an. Ob es sich bei der Versandart um "Infopost" handelt, ist für den Empfänger nicht notwendigerweise auf den ersten Blick zu erkennen - nämlich dann nicht, wenn der Vermerk "Infopost" nur klein auf dem Stempelaufdruck, gewissermaßen als dessen Bestandteil, angebracht ist. Ob der Empfänger weiß, daß sich hinter dem Begriff "Infopost" eine Massendrucksendung verbirgt, ist zudem fraglich.

Bedeutsamer als das Vorhandensein von Briefmarken könnte für die Rezeption sein, wer durch den Stempel als Absender gekennzeichnet ist. Ist es die Universität, dürfte das Schreiben eine besonders große Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Denn Universitäten gelten für viele Personen nach wie vor als exklusiver Ort, wo Wissen vermittelt und erworben wird. Von einer Universität angeschrieben zu werden, gerät unter diesen Umständen geradezu zu einer Ehre: Postalische Erhebungen, die von Universitäten durchgeführt werden, sind deshalb im allgemeinen besser in der Lage, zur Teilnahme zu motivieren, als die kommerzieller Markt- und Meinungsinstitute (*Hafermalz* 1976: 154, *Mangione* 1995:86). Um den Effekt unterschiedlicher Versandarten zu prüfen, haben wir einen Teil der versandten Briefe mit einer Briefmarke statt mit dem Poststempel der Universität versehen. Der Rücksendeumschlag war in beiden Fällen mit dem Vermerk "Gebühr bezahlt Empfänger" bedruckt.

Die *zweite experimentelle Variation* betrifft die Farbe und Größe des Briefumschlags. Drei Umschlagarten wurden verwandt: einmal das herkömmliche, länglich gehaltene Standardbriefformat (22cm × 11cm, auch Lang DIN 6 genannt) - einmal mit und einmal ohne Umweltschutzpapier (in weiß bzw. leicht grau) - und zum anderen ein DIN A 5-Umschlag in weiß. Vorteil des Standardbriefformats ist es, daß es immer dann gegenüber dem DIN A5-Format die Kosten reduziert, wenn der Brief mit einer Briefmarke versehen wird. Wird Infopost gewählt, sind die Kostenunterschiede hingegen minimal.⁴ Was die Farbe des Umschlags angeht, so wird in der Methodenliteratur von nicht-weißem Papier beim Anschreiben abgeraten. Es könnte den Charakter einer Massendrucksache erwecken, der Appellcharakter an die Zielgruppe würde dadurch reduziert. In einer Studie zum Umweltbewußtsein aus den 80er Jahren führte in den alten Bundesländern Umweltschutzpapier, eingesetzt auf der Ebene des Anschreibens, jedoch zu keinem nennenswerten Effekt (allenfalls eine leichte Reduktion der Ausschöpfungsquote zeichnete sich ab, vgl. *Hippler* 1985: 45). Ob dies auch für Briefumschläge, die neuen Bundesländer und die 90er Jahre gilt, ist ungeklärt.⁵

Die *dritte experimentelle Variation* bezieht sich auf den Beizettel. Der Hälfte der Briefe wurde, wie erwähnt, ein doppelseitig bedrucktes Blatt beigelegt, in dem über die Durchführung empirischer Erhebungen und Auswertung von Daten - insbesondere in Form von anonymen Auszählungen auf Gruppenebene - informiert wurde. Informiert wurde darüber

-
- 4 Ob das Briefformat für die Zielperson einen Unterschied bedeutet und die Teilnahmequote beeinflusst, wurde bisher nicht getestet: ein kleines Format könnte auf den ersten Blick den Eindruck erwecken, es handle sich um einen normalen Brief und eine weniger umfangreiche Befragung. Ein DIN A5 (oder DIN A 4) Umschlag entspricht eher den üblichen Versandarten von Behörden und Firmen.
 - 5 Die Prüfung der Frage nach dem Effekt von Briefumschlägen aus Umweltschutzpapier resultierte im vorliegenden Projekt aus praktischen Erwägungen heraus: bei vielen Universitäten ist der Umweltschutz inzwischen zum Programm auch bei der Papierbeschaffung geworden. Weiße Umschläge gehören nicht zum Vorrat, sondern müssen eigens bestellt werden - und diese Bestellung muß schriftlich begründet werden.

hinaus, daß es Wiederholungs- und Folgebefragungen in der Sozialforschung gebe und eine Speicherung der Anschrift für derartige Wiederholungsbefragungen erfolge, sofern sich der Befragte im Fragebogen auf eine entsprechende Frage zu einer erneuten Befragung prinzipiell bereit erklärt. Längere Begleitschreiben, in denen auf Aspekte wie Datenschutz eindringlich verwiesen werden, sind anderen Untersuchungen zufolge jedoch nicht ohne Probleme. Sie können die Teilnahmequote reduzieren (*Hippler et al.* 1990), bei Hinweisen auf Speicherung der Adressen womöglich gar in erhöhtem Maße.

Die *vierte experimentelle Variation* betrifft die beigelegte Zeitungsnotiz. Eine Zeitung übernahm die Originalpressemittelung in gekürzter Form. Eine andere - es handelt sich um ein Boulevardblatt - führte mit dem Verfasser telefonisch ein kurzes Interview durch und publizierte darauf hin einen ausführlichen Bericht an relativ prominenter Stelle der Zeitung, auf Seite drei. Nun haben Interviews mit Medien oftmals eine Eigendynamik. Eine Kontrolle über den Inhalt und den Kontext der Darstellung kann vom Forscher nicht ausgeübt werden. Dies kann zu unliebsamen Folgen führen. In unserem Fall erschien in dem Boulevardblatt der Artikel unter einer Überschrift, die potentiell ein Eindringen in die Privatsphäre signalisiert: "Guten Tag, wie geht es Ihnen?". Am Schluß des Beitrags wurde auf weitere geplante, "makabere" Untersuchungen des Forschers zur Selbstmordanfälligkeit der Sachsen hingewiesen. Zudem wurde zusammen mit dem Artikel ein Foto abgedruckt, auf dem unter der Überschrift "Augen zu und durch" ein Arbeiter präsentiert wurde, der einer nackten Frauenskulptur aus Stein (an der Fassade der Dresdner Kunsthochschule) mit einem Besen den Busen reinigt. Zwar war dieses Bild ohne Bezug zum Artikel und als solches wohl auch gedacht. Doch könnte in Kombination mit der Überschrift bei manchen Lesern der Eindruck entstanden sein, es handele sich um eine Befragung zu sexuellen Themen.

Welchen Effekt spektakuläre Zeitungsberichte, gar mit sexuellen Konnotationen, haben und welche möglichen Anreize zur Teilnahme daraus erwachsen, ist unbekannt. Einerseits könnten sie die Aufmerksamkeit und die Neugier des Betrachters wecken, andererseits auch den Eindruck des Unseriösen hervorrufen und so die Teilnahmebereitschaft schmälern. Um dies zu klären, haben wir in der zweiten Erhebungswelle der einen Hälfte der Befragten eine sachliche Fassung beigelegt, bestehend aus einer Seite mit der Veröffentlichung in einer der seriösen Dresdner Tageszeitungen sowie der - leicht veränderten - Darstellung im Boulevardblatt (der Text wurde um den Verweis auf das "makabere" Thema "Selbstmord" leicht gekürzt und das Bild weggelassen). Der anderen Hälfte der Zielpersonen wurde lediglich die Originalfassung des Boulevardblattes vorgelegt, mit einer leichten Modifikation: Der Busen auf dem Bild wurde mit dem Emblem der Zeitung abgedeckt. Diese partielle Entschärfung des Beitrags mag die sexuellen Konnotationen reduziert haben, das potentielle Eindringen in die Intimsphäre wird dadurch jedoch nicht ausgeklammert. Der spektakuläre Charakter bleibt bestehen.

Schließlich wurden in der dritten Erhebungswelle noch einige weitere experimentelle Variationen geprüft: So wurde einem Teil der Zielpersonen erneut ein Fragebogen beigelegt, einem anderen nicht. Einem Teil wurde ein Preis bei Teilnahme in Aussicht gestellt, beim anderen Teil wurde darauf verzichtet. Als erster Preis wurde ein Walkman versprochen, als zweiten bis fünften Preis ein Taschenradio. Weiterhin wurde ein kleinerer Teil der Zielpersonen - 22 Personen - anstelle eines schriftlichen Mahnschreibens telefonisch erinnert. Die Fallzahl ist zu gering, um hier generalisierende Aussagen treffen zu können, ergänzend kann man die Befunde dennoch verwenden.

5 Ausfallgründe und Ausschöpfungsquoten

Wie man Tabelle 1 entnehmen kann, antworteten von den 1500 angeschriebenen Zielpersonen nach maximal drei Mahnaktionen 887 Personen und schickten einen ausgefüllten Fragebogen zurück. 29 wurden als unbekannt oder verzogen gemeldet. In der Regel erfolgte diese Rückmeldung durch die Post. Andere Ausfallgründe wurden nur dann sichtbar, wenn die Zielperson oder andere Personen diese schriftlich oder telefonisch mitteilten. Danach konnten 22 Personen nicht teilnehmen, weil sie krank oder verhindert und damit nicht befragungsfähig waren. Weitere 4 Personen waren für längere Zeit abwesend. Der Rest verweigerte schriftlich oder telefonisch bzw. reagierte überhaupt nicht.

Gliedert man die Angaben über den Rücklauf nach Mahnaktionen auf (Tabelle 2), so wird deutlich, daß annähernd die Hälfte der neutralen Ausfälle - unbekannt, verzogen, verstorben - erst durch die Mahnaktionen als ein solcher Ausfall identifiziert wird. Untersuchungen, in denen auf Mahnaktionen verzichtet wird, unterschätzen also deren Anteil.⁶ Bei korrekten Arbeiten der Deutschen Post hätte man höhere Quoten für identifizierbare neutrale Ausfälle erwarten müssen. Denn auf jedem Brief war mittels Stempelaufdruck ausdrücklich vermerkt „Wenn unzustellbar zurück“ (ein derartiger Aufdruck ist bei Infopost zwingend erforderlich, weil bei der „Infopost“ Briefe gewöhnlich im Fall von Unzustellbarkeit nur dann an den Absender zurückgeschickt werden, wenn dies eigens auf dem Brief vermerkt ist). Zurückgehende Briefe kosten zwar eine Nachgebühr, aber man verfügt dann über eine Berechnungsbasis für die Bestimmung der neutralen Ausfälle. Daß trotz des Aufdrucks nicht entsprechend verfahren wurde, ist entweder ein Hinweis dafür, daß mit Infopost weniger sorgsam umgegangen wird als mit normaler Post. Oder es ist ein Hinweis dafür, daß falsch adressierte Post nicht immer retourniert wird.

6 Daß unsere Befragung in dieser Hinsicht nicht einzigartig ist, belegt eine Erhebung, die wir rund ein Jahr später in Dresden durchführten. Aufgrund eines Versehens wurden im Kontext einer allgemeinen Bevölkerungsumfrage rund 200 Briefe an falsche Adressen versandt. Davon kam ebenfalls nur die Hälfte seitens der Post mit den Vermerk zurück "unbekannt" oder "verzogen". Die Begriffe "unbekannt" und "verzogen" wurden dabei synonym verwandt, sie haben also inhaltlich keine unterschiedliche Bedeutung

Tabelle 1: Ausfallgründe und Ausschöpfungsquote (absolute Zahlen und in %)

	Absolut	%
<i>Bruttostichprobe</i>	<i>1500</i>	
Unbekannt, verzogen	29	
Verstorben	2	
<i>Bereinigte Bruttostichprobe</i>	<i>1469</i>	
Krank, nicht befragungsfähig	22	1
Verreist	4	*
Fragebogen leer zurück	37	3
Fragebogen nicht zurückgesandt	416	28
Schriftlich verweigert	53	4
Telefonisch verweigert	50	3
Ausgefüllt zurück	887	60

* unter 0,5%

Tabelle 2: Ausfallstatistik nach Mahnaktion (absolute Zahlen)

	Ohne	1. Mahnung	2. Mahnung	3. Mahnung	Insgesamt
Ausgefüllt zurück	521	162	161	33	887
Unbekannt verzogen	15	4	5	4	29
Verstorben	-	-	1	1	2
Krank, nicht befragungsfähig	2	8	10	2	22
Verreist	-	1	1	-	4
Leer zurück	14	6	13	4	37
Schriftlich verweigert	4	11	32	6	53
Telefonisch verweigert	3	15	13	4	50

Stärker noch als bei den neutralen Ausfällen führte bei den befragungsunfähigen Personen erst die Mahnaktion zur Identifikation des Ausfallgrundes: So wurde von den 22 Personen, die dieser Kategorie zugehörten, lediglich rund ein Zehntel bereits nach dem ersten Anschreiben ermittelt. Der Grund für diese niedrige Quote liegt in der Zahl dazwischengeschalteter Instanzen: Zwischen den Absender und dem Adressanten steht nicht nur die

Post, sondern noch andere Personen und Institutionen, z.B. Verwandte, Nachbarn oder auch die Heimleitung bei Pflegeeinrichtungen. Diese nehmen entweder den Brief stellvertretend für die Zielperson entgegen oder diese übergibt den Brief an sie. Weil der Brief nicht an sie selbst adressiert ist, wird die Chance der unmittelbaren Rückmeldung eingeschränkt.

Ausfälle verteilen sich nicht gleichmäßig über die verschiedenen Bevölkerungskategorien, wie Untersuchungen zu mündlichen Face-to-face-Befragungen erbrachten (*Scheuch* 1974). In unserer postalischen Erhebung haben wir die Möglichkeit, die Ausfallkategorien mit den Merkmalen Alter und Geschlecht, die beide mit dem Datensatz des Einwohnermeldeamtes mitgeliefert wurden, in Beziehung zu setzen. Die Kategorisierung der Ausfälle leitet sich dabei entweder über die Reaktion der Post her (bei den neutralen Ausfällen) oder aus den Reaktionen der Befragten: sei es im Rahmen entsprechender Kontaktaufnahme oder bei der Rücksendung der Fragebögen.

Wie man Tabelle 3 entnehmen kann, unterscheidet sich die soziale Zusammensetzung der Zielpersonen je nach Ausfallkategorie. Unter den Personen, die verzogen oder unbekannt sind, finden sich Männer und jüngere Befragte, gemessen an der Zusammensetzung der Stichprobe, in überproportionaler Weise. Sie sind vermutlich besonders mobil und haben dadurch eine höhere Chance, aus einer Umfrage herauszufallen. Unter denen, die als nicht befragungsfähig oder krank klassifiziert werden, sind die Älteren über 60 besonders stark vertreten. In dieser Alterskategorie nehmen chronische Erkrankungen stark zu, die Teilnahmemechanismen am sozialen Leben sind eingeschränkt.

Unter den Verweigerern, die explizit - schriftlich oder telefonisch - oder implizit, durch Zurücksendung eines leeren Fragebogens, eine Teilnahme ablehnen, sind Ältere ebenfalls überproportional anzutreffen. Und unter denen, die keine Reaktion zeigen, sind es die jüngeren und mittleren Altersgruppen. Verweigerung scheint sich damit je nach Alter in unterschiedlicher Weise darzustellen: unter den Jüngeren durch Ignorieren des Fragebogens, unter den Älteren durch eine Mitteilung der Gründe für die Nichtteilnahme. Ältere sind in Studien, wie wir sie durchführen, subjektiv offenbar einem stärkeren Rechtfertigungsdruck ausgesetzt.

Errechnet man die Ausschöpfungsquote für die ausgefüllten Fragebögen, so ergibt sich, bezogen auf die Ausgangsbasis der Stichprobe, ein Wert von 58%. Legt man die um die neutralen Ausfälle bereinigte Bruttostichprobe zugrunde (also abzüglich Unbekannt / Verzogen, Verstorben), erhöht sich der Anteil auf 60%. Gemessen an den kommunalen Umfragen in den neuen Bundesländern repräsentiert dies einen überdurchschnittlich hohen Wert und gegenüber den bisherigen Dresdner Befragungen einen überraschend hohen Grad der Teilnahme (denn dort waren, wie eingangs bemerkt, bisher Werte unter 45% üblich). Was bedeutet: Postalische Befragungen können in den neuen Bundesländern ähnlich hohe

Tabelle 3: Soziale Zusammensetzung nach Teilnahme / Ausfallgrund (in %)

		Ausfälle						Insgesamt
	Fragebo- gen beant- wortet	Unbekannt, verzogen	Krank	Fragebogen leer zurück	Schriftl. verweigert	Telef. verweigert	Keine Rücksen- dung	
<i>Ge- schlec ht</i>								
Mann	45	66	46	35	36	32	53	47
Frau	55	34	55	65	64	68	47	53
<i>Alter</i>								
18-29	18	38	5	5	6	12	24	19
30-44	28	38	-	14	17	28	31	28
45-59	28	14	9	22	28	28	24	27
60 +	26	10	86	60	49	32	21	26
	100	100	100	100	100	100	100	100
(N=)	(887)	(29)	(22)	(37)	(53)	(50)	(413)	(1500)

Ausschöpfungsquoten wie in den alten Bundesländern erreichen. Auch im Vergleich zu qualitativ hochstehenden Face-to-face Erhebungen, die sich auf eine Einwohnermeldeamtstichprobe beziehen, entspricht unsere Quote einem überproportional hohen Wert: So erhielt man im ALLBUS in den 90er Jahren in Großstädten lediglich Werte um die 45% (**Koch** 1997).

Den wohl wichtigsten Grund für den überproportional hohen Erfolg unserer Erhebung bilden die Erinnerungsaktionen. Ohne diese hätte man nur eine Ausschöpfungsquote von 35% erzielt, durch die erste und zweite Mahnaktion kommen jeweils 11 Prozentpunkte hinzu, durch die dritte 2 Prozentpunkte. In den früheren, eingangs zitierten Dresdner Untersuchungen, in denen die Ausschöpfungsquoten im Vergleich zu westdeutschen Studien unerwartet niedrig lagen, war in der Regel, nur eine Mahnaktion üblich. Wären wir diesem Vorgehen gefolgt, wären wir diesen Untersuchungen mit einem Prozentwert von 46% ziemlich nahe gekommen. Die Tatsache, daß die früheren Dresdner Untersuchungen so niedrige Quoten erbrachten, ist daher nicht als ein Ausdruck besonderer Resistenz der ostdeutschen Bevölkerung gegenüber Umfragen zu deuten, sondern als Folge des gewählten methodischen Vorgehens. Ansonsten bestätigt der Verlauf unserer Studie die Erkenntnisse früherer westdeutscher Erhebungen, denen zufolge mindestens zwei Mahnaktionen ratsam sind (vgl. **Hippler** 1985, **Blasius** und **Reuband** 1995, **Thoma** und **Zimmermann** 1996). Die dritte Mahnaktion ist in ihrem Beitrag zur Gesamtausschöpfung minimal und, gemessen am erforderlichen Aufwand, kostspielig. Ob man sie einsetzen sollte, kann nur im Kontext der jeweiligen Studie beantwortet werden. Wo die Ausschöpfungsquote von Anfang an hoch ist, ist sie weniger dringlich. Wo sie niedrig liegt, erscheint sie uns erwägenswert.

Im Gegensatz zu weitverbreiteten Annahmen hat es für die Ausschöpfungsquote keine Folgen, ob der Umschlag mit einer Briefmarke versehen wird oder nicht. Dieser Befund, so paradox er auch angesichts früherer Untersuchungen und von Metaanalysen erscheinen mag, ist kein Spezifikum dieser Untersuchung. Er wird auch in einer Folgestudie in Dresden von uns repliziert (**Reuband** 1999b). Weiterhin zeigt sich: Die unterschiedliche Kombination von Umschlagformat, Druckpapier und Begleitschreiben übt allenfalls schwache Wirkungen aus. Alles in allem kann man den Effekt wohl vernachlässigen.⁷ Kein nennenswerter Effekt erwächst auch aus der Art des Presseartikels, der im Rahmen der zweiten

7 Wird ein Standardumschlag (Lang DIN 6) gewählt und ist dieser weiß, antworten in der ersten Erhebungswelle 38%. Wird ein Umweltschutzumschlag eingesetzt, sind es 33%. Wird ein weißer Standardumschlag versandt und das Beiblatt, in dem auf die Bedeutung der Numerierung und die Durchführung der Datenerhebung eingegangen wird, dazugelegt, liegt der Anteil bei 31%. Man könnte angesichts der Zahlen zunächst meinen, daß das Beilegen des Begleitzettels ungünstig ist. Doch wird statt des weißen Standardumschlags ein weißer DIN A 5 Umschlag mit Begleitschreiben benutzt, steigt der Wert auf 37% an. Daraus folgt: das Begleitschreiben, zumindest wenn es einem DIN A-5 Umschlag beigelegt wird, verschlechtert die Rücklaufquote im Vergleich zum erstgewählten Zugang nicht. Warum es einen Effekt abhängig vom Umschlagformat gibt, - ob Zufall oder Systematik - muß offen bleiben.

Mahnung beigelegt wurde. Mit dem spektakulär aufgemachten Artikel des Boulevardblattes beläuft sich die Ausschöpfungsquote - bezogen auf die erneut angeschriebenen Zielpersonen - auf 38%, bei der Wahl der seriösen Form auf 40%. Was vor allem für die Teilnahme zählt, ist vermutlich die Tatsache, daß in der Presse über die Forschung berichtet wird. Die Studie erscheint dadurch gewichtiger, interessanter und weckt die Motivation.⁸

Während durch die erste und zweite Mahnaktion noch ein durchaus nennenswerter Teil von Zielpersonen für die Befragung rekrutiert werden konnte, gilt dies für die dritte nicht mehr. Durch besondere Anstrengungen und Anreize haben wir dennoch versucht, die Nichtkooperativen zur Teilnahme zu motivieren. Dies geschah hauptsächlich durch finanzielle Anreize in Form einer Gewinnaussicht, ergänzt durch ein Duplikat des Fragebogens. Dann zeigt sich: Die Anreize üben tatsächlich einen Effekt aus, erweisen sich als Ganzes jedoch als recht unbedeutend. Wo kein Preis versprochen wird und auch kein Fragebogen beigelegt wird, antworten in der dritten Welle 5% der verbliebenen Zielpersonen (dies gilt auch bei bloßer telefonischer Mahnung). Wo ein Fragebogen beigelegt wird, erhöht sich der Anteil auf 7%. Und wo zusätzlich zum Fragebogen als Anreiz noch ein Preis versprochen wird, steigt der Wert auf 9%. Absolut gesehen ist dieser Anteil zu gering, als daß man von einem bedeutsamen Zuwachs durch die gebotenen Anreize sprechen könnte. Entweder liegt der Grund für die relative Ineffektivität darin, daß der ausgesetzte Preis für die jeweilige Zielgruppe im Wert zu niedrig ist, oder er liegt darin, daß in der dritten Erinnerungswelle das Potential an Befragungswilligen bereits nahezu ausgeschöpft ist und finanzielle Anreize unter den verbleibenden Nichtteilnehmern nichts mehr bewirken.

6 Auswirkungen der Mahnaktionen auf die soziale Zusammensetzung der Befragten

Mehrmalige Mahnaktionen sind geeignet, die Ausschöpfungsquote der Stichprobe zu erhöhen. Aber sind sie auch sinnvoll, um die Repräsentativität der Stichprobe in den soziodemographischen Merkmalen sowie Einstellungen und Verhalten zu verbessern? Werden Personengruppen sukzessiv einbezogen, die sich sonst der Befragung fernhalten? Wir wollen versuchen, diese Frage zum einen intern - durch Aufgliederung nach der Rücksendetendenz - und zum anderen extern, durch einen Vergleich mit amtlichen Daten zu prüfen. Bei der Bestimmung der Rücksendetendenz orientierten wir uns am Termin der Rücksendung: jeweils gemessen am Tag der erneuten Mahnaktion. Erfast wird, ob der Fragebogen vor oder nach dieser erneuten Mahnaktion eintraf. Bei den amtlichen Daten

8 Die Aussage über den Effekt von Presseartikeln ist hypothetischer Natur. Sie findet sich in der Literatur und führt dazu, daß oftmals die Befragung in der Presse vorher angekündigt wird. Eine empirische Prüfung, ob die Zukunftsnahe eines Presseartikels Effekte hat und wenn, in welchem Umfang, liegt bislang nicht vor. Was die Übernahme des Zeitungsartikels angeht, so liegt die „spektakuläre“ Form, wie eingangs erwähnt, in einer leicht entschärften Fassung des Originalartikels vor (der Busen auf dem Bild wurde mit dem Emblem der Zeitung abgedeckt). Ob die Originalfassung die Ausschöpfungsquote erhöht oder reduziert, wurde nicht geprüft.

Tabelle 4: Soziale Zusammensetzung der Befragten nach Mahnaktion (in %)

	Ohne Mahnung	1. Mahnung	2. Mahnung	3. Mahnung	Insgesamt	Brutto- Stichprobe
<i>Geschlecht</i>						
Mann	47	47	38	48	45	47
Frau	53	53	62	52	55	53
<i>Alter</i>						
18-29	14	16	28	24	18	19
30-44	27	32	25	48	28	28
45-59	31	23	25	21	28	27
60+	28	28	22	7	26	26
<i>Familienstand</i>						
Verheiratet, zusammenlebend	63	62	55	55	61	+
Verheiratet, getrennt	2	-	2	3	2	+
Ledig	20	20	28	31	22	+
Geschieden	8	8	9	7	8	+
Verwitwet	6	11	6	3	7	+
<i>Bildung</i>						
Hauptschule bzw. POS 8. Klasse	24	25	37	19	26	+
Hauptschule bzw. POS 10. Klasse	33	37	37	48	35	+
Fachhochschule/ abgeschlossene Fachoberschule	17	15	3	15	14	+
Abitur (Gymnasium oder EOS)	23	20	18	19	22	+
Andere	3	3	3	-	3	+

„Hauptschule einschließlich ohne Abschluß“, + keine Informationen.

Cramers V bei Geschlecht = .07 n.s., Alter = .11 $p < 0,01$, Familienstand = .07 n.s.,

Bildung (unterteilt in Hauptschule, Realschule, Fachhochschulreife, Abitur) = .11 (Signifikanz $< 0,001$).

können wir für ausgewählte Variablen (Alter und Geschlecht) auf Angaben aus der Bruttostichprobe des Einwohnermeldeamtes zurückgreifen. Mit den Angaben zu den soziodemographischen Merkmalen verfügen wir über zentrale Grundinformationen in Fragen der Repräsentativität. Eine weitergehende vollständige Erfassung der Repräsentativität kann, mangels entsprechender, extern vorhandener Daten, - ähnlich wie bei anderen Befragungen - nicht geleistet werden.

Wie man der Tabelle 4 entnehmen kann, lassen sich beim Geschlecht keine systematischen Effekte der Mahnaktion ermitteln, wohl aber beim Alter. Die Älteren sind es, welche als erstes antworten. Durch die Mahnaktionen werden vermehrt dann die Jüngeren einbezogen: zunächst die Jüngeren im Alter von 18-29, dann die 30-44jährigen. Die Altersverteilung in der Stichprobe wird durch die Umfrage am Schluß ziemlich gut reproduziert. Dies ist ein bedeutsamer Befund, gelten doch in der Umfrageforschung die Älteren als eine besonders kritische Gruppe, die sich normalerweise Umfragen überproportional entzieht. Man schreibt ihnen eine besondere Distanz gegenüber Umfragen zu, und bei postalischen Befragungen wird dieser Effekt gewöhnlich in akzentuierter Weise erwartet: u.a. - aufgrund von Leseschwächen, die im Alter verbreiteter sind und die Beantwortung der Fragebogen beeinträchtigen (vgl. u.a. **Scheuch** 1974). Ob die Tatsache, daß wir einen gut lesbaren Fragebogen im DIN A4-Format verwandten, diesen Effekt reduzierte oder er realiter nicht bedeutsam ist, muß ungeklärt bleiben.

Der Befund, daß zunächst bevorzugt die über 60jährigen antworten, ist nicht einzigartig für diese Untersuchung. Analoge Wirkungen hatte schon eine früher von uns durchgeführte postalische Befragung in Köln erbracht (**Blasius** und **Reuband** 1995). Gleichartige Befunde finden sich bei **Hippler** (1985:50). Daß die über 60jährigen zu denen gehören, die als erstes antworten, liegt wahrscheinlich primär an der Tatsache, daß Personen in diesem Alter gewöhnlich nicht mehr berufstätig sind und über besonders viel Zeit verfügen. Unter diesen Umständen stellt ein Fragebogen nicht nur keine bedeutsame Einschränkung des Zeitbudgets dar, er kann auch eine Art von Abwechslung repräsentieren. Rentner sind so denn am Anfang der Erhebungsphase besonders häufig unter den Antwortenden anzutreffen (Tabelle 5). Demgegenüber wird von einer Studie zum Thema Risikoverhalten und Gesundheit berichtet, daß sich hier zuerst überproportional die Jüngeren und dann erst die Älteren beteiligten (**Günter** 1987). Themenspezifische Aktivierungseffekte könnten die Ursache dafür sein.

Im Hinblick auf den Familienstand fällt auf, daß Verheiratete zunächst besonders stark vertreten sind und später der Anteil der Ledigen ansteigt. Analoge Effekte traten schon in unserer Kölner Erhebung auf (**Blasius** und **Reuband** 1995). Der Effekt ist zum Teil eine Folge der differentiellen Altersrekrutierung, jedoch dadurch nicht vollständig zu erklären.

Tabelle 5: Beruf und Einkommen nach Mahnaktion (in %)

	Ohne Mahnung	1. Mah- nung	2. Mah- nung	3. Mah- nung	Insgesamt
<i>Zuletzt ausgeübter Beruf</i>					
Facharbeiter	25	30	33	32	27
Ungelernter Arbeiter	4	8	13	4	6
Landarbeiter	*	-	-	-	*
Höherer Angestellter	12	11	6	18	11
Sonstiger Angestellter	42	39	29	25	38
Akademiker / freie Berufe	1	1	-	-	1
Selbständig	6	2	7	7	5
Schüler / Student	5	6	7	14	6
Hausfrau	1	1	3	-	1
Sonstiges	4	3	2	-	3
<i>Berufstätigkeit seit der Wende</i>					
Am selben Arbeitsplatz	19	21	17	22	19
Gleicher Betrieb, aber anderer Arbeitsplatz	7	10	6	11	7
Anderer Betrieb	27	24	25	33	26
Zur Zeit Umschulung	1	4	3	-	2
Zur Zeit ABM	1	2	1	-	1
Zur Zeit Arbeitslos	6	3	11	4	7
Frühruhestand	7	4	3	-	5
Rentner	19	19	16	7	18
Sonstiges, einschl. vorher nicht berufstätig	14	13	18	22	15
<i>Haushaltseinkommen in DM</i>					
Unter 1000	4	4	10	8	5
1000 – 2000	16	12	16	8	15
2000 – 3000	25	32	24	28	26
3000 – 4000	29	27	24	12	28
4000 – 5000	15	15	14	36	15
5000 – 6000	7	6	8	4	7
6000 +	4	3	4	4	4

* < 0,05%

Cramers V bei Beruf = .16 (p < 0,01), Berufstätigkeit = .12 n.s., Einkommen = .10 n.s.

Vermutlich haben Ledige einen Lebensstil, der sich durch besonders häufige Aktivität außer Haus auszeichnet. Die verfügbare Zeit für die Beantwortung des Fragebogens ist für sie unter diesen Umständen im Vergleich zu den anderen Personenkategorien knapper. Um so mehr bedarf es der Erinnerungsaktionen mit erneut beigelegtem Fragebogen.

Bemerkenswert gering sind die Effekte der Bildung. Der Anteil von Personen mit Hauptschulbildung steigt nur bis zur zweiten Mahnaktion an - von 24% auf 37%, um in der dritten Mahnaktion auf 19% wieder abzusinken. Dafür nimmt nun der Anteil derer mit mittlerer Bildung zu. Faßt man beide Bildungskategorien zusammen, so wird ein kontinuierlicher, wenn auch nicht sonderlich beeindruckender Trend erkennbar: Der Anteil der Personen mit niedriger und mittlerer Bildung wächst von 57% auf 62%, steigt dann auf 64% und schließlich auf 67%. Im Vergleich zu Untersuchungen in Westdeutschland (*Hippler* 1985, *Blasius* und *Reuband* 1995) ist der Bildungseffekt schwächer ausgeprägt. Möglicherweise gibt es insofern eine gewisse Sondersituation, als die besser Gebildeten in der DDR überproportional stark mit dem Regime verbunden waren (wie u.a. Statistiken zur Parteimitgliedschaft dokumentieren). Sie könnten deshalb Umfragen skeptischer gegenüberstehen, und hier besonders jenen, in denen - wie der vorliegenden - auch politische Themen einschließlich der Identifikation mit dem System der DDR erfragt wurden.

Beim gegenwärtigen bzw. zuletzt ausgeübten Beruf (Tabelle 5), findet sich analog zur Bildung eine verstärkte Rekrutierung von Personen in unteren Statuslagen mit zunehmender Zahl an Mahnaktionen. Der Anteil der Arbeiter steigt zumindest bis zur zweiten Mahnaktion an, der Anteil der unteren und mittleren, z.T. auch der höheren Angestellten/Beamten nimmt ab. Beim Einkommen sind die Effekte schwächer, ein einheitlicher Trend ist nicht zu entdecken. Auffallend ist allenfalls, daß in der hier vorliegenden Studie in die dritte Mahnaktion wieder die Personen mit besonders hohem Einkommen einbezogen werden. Personen in der dritten Mahnaktion müssen also nicht notwendigerweise eine Fortschreibung von Trends repräsentieren, die sich in vorherigen Mahnaktionen abbilden.

Was bedeuten nun die beobachteten Zusammenhänge zwischen Sozialprofil und Mahnaktion für Umfragen mit unterschiedlich hoher Ausschöpfungsquote? Erstens: Wenn man die Personen, die in der ersten Erhebungswelle antworten, mit denen vergleicht, die erst nach mehrmaligen Mahnaktionen befragt wurden, finden sich in den Randverteilungen bemerkenswert hohe Ähnlichkeiten. Mögen auch die Mahnaktionen die tendenziell vorhandenen Verzerrungen kompensieren, so belaufen sich doch die Unterschiede zu den Befragten in der ersten Erhebungswelle in der Regel auf weniger als drei Prozentpunkte. Selbst niedrige Ausschöpfungsquoten müssen nicht notwendigerweise größere Verzerrungen in der sozialen Zusammensetzung der Befragten herbeiführen.

Zweitens: Verglichen mit der Zusammensetzung der Stichprobe aus dem Einwohnermelderegister bzw. dem Mikrozensus (für jene Fälle, bei denen im Einwohnermelderegister kei-

ne Informationen dazu vorlagen oder bereit gestellt wurden), sind die Befragten Daten bemerkenswert gut. Mit einer Ausnahme: Ähnlich wie in anderen Erhebungen sind die besser Gebildeten in der Umfrage überrepräsentiert. Während der Anteil der Personen mit Fachhochschulreife oder Abitur in der Bevölkerung bei einem Fünftel liegt (Statistisches Landesamt 1995), beläuft sich der entsprechende Wert in der Umfrage auf etwas über ein Drittel.

Der Vergleich mit dem Einwohnermelderegister hat über die Feststellung differentieller Teilnahme aber noch einen weiteren Wert - den der Identifikation des Befragten über zentrale soziodemographische Merkmale : Als ein Problem postalischer Befragungen gilt, daß man nicht weiß, wer aus dem Haushalt den Fragebogen ausgefüllt hat. Manche Autoren argwöhnen, daß viele Zielpersonen den Fragebogen an andere Haushaltsmitglieder weitergeben und diese ihn beantworten. Weil wir die Stichprobe aus dem Einwohnermelderegister zusammen mit ausgewählten sozialen Merkmalen (Alter und Geschlecht) zogen und die Befragten über ihre Befragtennummer identifizieren können - lediglich 3 % der Befragten entfernten diese Nummer oder machten sie unkenntlich -, sind wir in der Lage, den Umfang dieses Problems zu bestimmen.

Die Zahl der Fragebögen, die nicht von den angeschriebenen Zielpersonen stammen, ist dieser Prüfung zufolge gering. In einem Fall wurde im Begleitschreiben mitgeteilt, daß jemand anderes als die angeschriebenen Personen den Fragebogen ausgefüllt hätte und bei 2% der Befragten ist eine entsprechende Situation aufgrund des Abgleichs mit dem Register zu vermuten: Alter und/oder Geschlecht weichen in nennenswerten Maße⁹ von den Angaben aus dem Einwohnermeldeverzeichnis ab. Die Neigung, aus Mangel an Interesse oder fehlender Zeit heraus die Beantwortung des Fragebogens an eine andere Person des Haushaltes zu delegieren, kommt offenbar kaum vor. Daß jemand anderes antwortet, aber die Merkmale der Zielperson angibt (und somit nachträglich nicht identifizierbar ist), halten wir für unwahrscheinlich.

7 Auswirkungen der Mahnaktionen auf Einstellungen und psychosoziale Befindlichkeiten

In der Sozialforschung entspricht es einer geläufigen Praxis, die Repräsentativität einer Stichprobe an den sozialen Merkmalen, die eine Analogie im Mikrozensus oder Volkszählungsdaten finden, zu überprüfen. Doch soziale Merkmale allein bedingen nicht zwingend eine Repräsentativität. Andere Merkmale - Einstellungen, Verhaltensweisen und psy-

9 „Nennenswert“ bedeutet hier beim Alter: zwei Jahre und mehr Jahre Differenz. Gewählt wurde diese etwas großzügige Operationalisierung, weil im Fragebogen nach dem Geburtsjahr gefragt wurde, aus den Daten des Einwohnermeldeamtes aber nur das Alter bekannt war. In rund der Hälfte der Fälle betraf die Abweichung die beiden Merkmale Alter *und* Geschlecht, in der anderen Hälfte nur eines von beiden.

chosoziale Befindlichkeiten - sind ebenfalls von Bedeutung. Zwar können wir bei Einstellungen eine externe Validierung nicht vornehmen. Doch wenn sich das Einstellungsmuster mit sukzessiver Rekrutierung mittels Mahnaktionen ändert, bedeutet dies, daß die Höhe der Ausschöpfungsquote für die Verteilung der Einstellungen Folgen hat.

Im folgenden prüfen wir die Auswirkungen der Mahnaktionen auf ausgewählte Einstellungs- und Verhaltensvariablen. Sie betreffen die Identifikation mit der Stadt, die soziale Integration, das Ausmaß politischen Interesses und mehrere unterschiedliche politische Orientierungen. Einige der Variablen sind auch von Bedeutung, weil sie mit der Teilnahme an Befragungen kausal verknüpft sein könnten. Andere erscheinen mehr aus deskriptiven Gesichtspunkten zur Beschreibung sozialer Realitäten wichtig. Auf der Ebene der politischen Einstellungen wählen wir die Parteipräferenz, die Einstellung zum Sozialismus und die Einstellung zur Todesstrafe. Auf der Ebene der psychosozialen Befindlichkeiten wählen wir die Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage und die Zahl der geäußerten Sorgen - gerechnet über die Zustimmung zu mehreren Statements -, die allgemeine Lebenszufriedenheit sowie Opfererfahrungen.

Bei der Untersuchung kausaler Einflußfaktoren auf die Teilnahme können wir Hypothesen heranziehen, die aus der Forschung sowohl über face-to-face als auch postalische Befragungen stammen. Manche der beobachteten Beziehungen mögen spezifisch für Erhebungsformen sein, bei denen ein persönlicher Kontakt mit dem Interviewer hergestellt wird, andere jedoch reichen darüber hinaus und kennzeichnen allgemeine Bedingungen des Teilnahmeverhaltens. So haben z.B. Untersuchungen über die Teilnahme an face-to-face Befragungen erbracht, daß sich Personen überproportional häufig beteiligen, die sozial gut integriert sind und anderen Menschen vertrauen. Die Teilnahme an der Umfrage stellt sich aus dieser Sicht als eine Generalisierung der Alltagsbeziehungen dar (vgl. *Esser* 1973). Begreift man die Teilnahme an einer postalischen Umfrage als eine *indirekte* Interaktion mit anderen Personen - nämlich dem Forscher -, könnte man analoge Effekte erwarten.

Bei postalischen Befragungen kommt als besonderer Einflußfaktor hinzu, daß Ausschöpfungsquoten normalerweise vor allem dann besonders hoch sind, wenn zwischen dem Thema der Untersuchung und der Untersuchungspopulation eine Affinität besteht (*Richter* 1970, *Wieken* 1974). In einer Studie, die sich explizit mit dem Leben in Dresden befaßt und als solche dargestellt wird, wäre entsprechend zu erwarten, daß sich jene Personen in die Umfrage als erstes rekrutieren, die gegenüber der Stadt eine besonders enge Bindung aufweisen und sich für allgemeine gesellschaftliche und politische Themen interessieren.

Die Ergebnisse, dargestellt in Tabelle 6, bestätigen tendenziell die Annahmen. Wer sich besonders stark mit der Stadt Dresden und mit seinem Wohnviertel identifiziert, nimmt erwartungsgemäß überproportional häufig von Anfang an an der Erhebung teil. Erst durch

Tabelle 6: Einstellungen und Sorgen nach Mahnaktionen (Zustimmung in %)

	Ohne Mahnung	1. Mahnung	2. Mahnung	3. Mahnung	Insge- samt	Cramers V
Sehr gerne leben in Dresden (1)	68	65	59	48	65	.08
Sehr gerne leben in Gegend (2)	40	42	40	31	40	.09*
Politisches Interesse „Sehr stark/stark“ (3)	48	44	35	32	43	.14***
Vertrauen in Menschen (4)	41	43	41	30	41	.04
Keine Freunde (5)	17	19	23	15	19	.17
Eigene wirtschaftliche Lage (6) „sehr gut/gut“	54	49	43	50	52	.08
Lage ohne Wiedervereinigung schlechter (7)	50	57	40	48	49	.08
Lebenszufriedenheit „Sehr zufrieden/zufrieden“ (8)	54	52	54	46	53	.06
Mehr als 3 (von 10) Sorgen (9)	49	54	57	50	51	.12
Sozialismus gute Idee „Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu“ (10)	69	72	77	65	71	.05
Für Todesstrafe (11)	43	38	40	46	41	.08
Opfer von Kriminalität in den letzten 12 Monaten (12)	27	23	26	26	26	.05
Nichtwähler (13)	12	18	29	23	17	.14***

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Frageformulierungen: (1) "Wie gern leben Sie in Dresden? - Sehr gern, gern, nicht so gern, ungern", (2) "Wie gern leben Sie in Ihrer Gegend / Ihrem Viertel? - Sehr gern, gern, nicht so gern, ungern", (3) "Wie stark interessieren Sie sich für Politik? - Sehr stark, stark, mittel, wenig, überhaupt nicht" (4) "Glauben Sie, daß man den meisten Menschen vertrauen kann? - Ja, nein" (5) "Denken Sie nun einmal an enge Freunde/Freundinnen, die Ihnen sehr nahe stehen - nicht an Ihren Ehepartner oder Partner und auch nicht Familienangehörige. Können Sie sagen, wieviele enge Freunde/Freundinnen Sie haben? - Ca. ... enge Freunde/Freundinnen, habe keine(n) engere(n) Freund(in)" (6) „Wie beurteilen Sie Ihre eigene wirtschaftliche Lage? Sehr gut, gut, teils/teils, schlecht, sehr schlecht“ (7) "Nehmen wir einmal an, es hätte keine Wiedervereinigung gegeben. Würde es Ihnen persönlich heute besser, gleich gut oder schlechter gehen? - Besser, gleich gut, schlechter, sonstiges: was?" (8) "Und nun wieder zur Gegenwart: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit sich und dem Leben, das Sie führen? - Sehr zufrieden, zufrieden, teils zufrieden, teils unzufrieden, unzufrieden, überhaupt nicht zufrieden" (9) "Was bereitet Ihnen persönlich Sorgen? Was bedrückt Sie, wenn Sie an sich und Ihre Zukunft denken? Geben Sie bitte anhand der Skala an, wie sehr die jeweilige Zusage auf Sie zutrifft" [verschiedene Vorgaben] Antwortkategorien: „Sehr stark, stark, mittel, wenig, überhaupt nicht“ [Hier Zahl der Nennungen „sehr stark/stark“] (10) "Sie haben hier eine Reihe von Aussagen. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie ihnen zustimmen. - Stimme voll und ganz zu, stimme eher zu, stimme eher nicht zu, stimme überhaupt nicht zu" ... "Der Sozialismus ist eine gute Idee, die nur schlecht ausgeführt wurde." (11) "Sind Sie grundsätzlich für oder gegen die Todesstrafe? - Dafür, dagegen, unentschieden" (12) „Sind Sie selbst in den letzten 12 Monaten Opfer von Kriminalität geworden? Bitte geben Sie an, um was für ein Delikt es sich handelt, auch wenn kein nennenswerter Schaden entstand oder es sich nur um einen Versuch handelte“ [Es folgt eine Liste von Deliktbeschreibungen]. (13) Welche Partei würden Sie wählen, wenn nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre? [Hier:Nichtwähleranteil]

Cramers V bezieht sich jeweils auf alle Antwortkategorien

die Mahnaktionen werden dann jene Personen vermehrt einbezogen, die eine weniger starke Bindung aufweisen. Analoge Beziehungen lassen sich für das politische Interesse beobachten: Politisch stark Interessierte senden den Fragebogen als erste zurück, durch die Mahnaktionen - insbesondere die zweite und dritte - werden die weniger Interessierten vermehrt berücksichtigt. Die Aufgeschlossenheit gegenüber der sozialen Umwelt, hier operationalisiert über das Vertrauen in die Mitmenschen und die Existenz enger Freunde, hat demgegenüber keine Auswirkungen.

Weiterhin zeigt sich, daß die Personen, die als erste antworten, ihre eigene wirtschaftliche Lage etwas besser einschätzen. Durch die Mahnaktionen werden - ähnlich wie im Fall der Bildung - die weniger Privilegierten verstärkt, wenn auch nicht in vollkommen linearer Weise, einbezogen. Die statistische Signifikanz wird leicht verfehlt. Nun fragt sich gerade bei der Einschätzung der wirtschaftlichen Lage, inwiefern diese eine Folge der sozialen Zusammensetzung ist. Ist die Beziehung zwischen Mahnaktion und wirtschaftlicher Lage womöglich Folge der anfänglichen Überrepräsentation der besser Gebildeten? Gliedern wir die Daten zusätzlich nach Bildung auf, so wird deutlich, daß dies nur bedingt der Fall ist. Bei den Befragten mit Hauptschulbildung vermag die Mahnaktion tatsächlich die wirtschaftlich schlechter Gestellten zunehmend einbeziehen (ohne Mahnung 46% „Sehr gut/gut“, mit einer Mahnung 37%, zweiter Mahnung 33%). Bei den Personen mit mittlerer und höherer Bildung ist die Beziehung weniger eindeutig und eher inkonsistent, so daß ein Effekt nur mit gewissen Einschränkungen konstatiert werden kann.

Wie man der Tabelle weiter entnehmen kann, läßt sich bezüglich der übrigen psychischen Befindlichkeiten ein eindeutiger Trend mit zunehmender Zahl der Mahnaktionen nicht feststellen. Personen, die mit ihrem Leben unzufrieden sind, werden nicht erst durch die Mahnaktionen in die Erhebung einbezogen. Auf der Ebene der geäußerten Zahl der Sorgen läßt sich allenfalls von der ersten Erhebungswelle bis zur dritten ein leichter Anstieg konstatieren. Differenziert man auf der Ebene der einzelnen Sorgen (hier aus Platzgründen als Tabelle nicht abgedruckt), erweist sich dieses Muster als typisch für eine Reihe spezifischer Sorgen, wie die Sorge um die eigene Arbeitslosigkeit, die Miete oder auch die Umwelt. Bei anderen Sorgen - wie etwa Krankheit oder Kriminalität - gibt es keine analogen Trends. Ein Muster, welches die Sorgen mit unterschiedlichen Beziehungen zu den Mahnaktionen kennzeichnet, ist nicht erkennbar. Auch bei der Frage zur Viktimisierung innerhalb der letzten 12 Monate kristallisieren sich keine systematischen Tendenzen mit steigender Zahl an Mahnaktionen heraus.

Die Auswirkungen der Mahnaktionen auf politische und allgemeine gesellschaftliche Einstellungen erweisen sich als peripher. Auf der Ebene der Parteipräferenz wirkt sich der Effekt der Mahnaktionen primär auf den Anteil der Nichtwähler aus. Er steigt - analog zum sinkenden politischen Interesse - an. Eine spezifische politische Richtung wird jedoch

nicht dadurch begünstigt. Der Anteil derer, welche den Sozialismus für eine gute Idee halten, die nur schlecht ausgeführt wurde, steigt bis zur dritten Mahnaktion geringfügig an und sinkt dann wieder ab. Eine statistische Signifikanz wird nicht erreicht. Ähnlich bedeutungslos erweisen sich auch die Zusammenhänge bei den übrigen Analysen. Die Effekte bleiben schwach oder fehlen. Beachtenswert ist allenfalls, daß sich die Zahl fehlender Angaben im Fragebogen mit steigender Mahnhäufigkeit kontinuierlich erhöht: von durchschnittlich 5,0 fehlenden Angaben (von insgesamt 104 Statements) bei Personen ohne Mahnung auf schließlich 7,5 bei denen mit dreimaliger Mahnung. Dieser Zuwachs an fehlenden Werten, der sich ähnlich auch in einer früheren westdeutschen Untersuchung findet (vgl. **Hippler** 1985), signalisiert eine abnehmende Genauigkeit der Beantwortung und insofern eine gewisse Einschränkung in der Datenqualität.

Tabelle 7: Einstellung zum Interview nach Mahnaktion (in %)

	Ohne Mahnung	1. Mahnung	2. Mahnung	3. Mahnung	Insgesamt
<i>Unklare Fragen</i>					
Sehr oft	1	2	1	-	1
Oft	4	3	5	8	4
Selten	52	50	60	54	53
Nie	43	45	34	39	42
<i>Befragung gefallen</i>					
Sehr gut	10	6	3	-	7
Gut	54	48	31	21	47
Mittel	28	37	41	46	33
Weniger gut	7	5	17	14	9
Überhaupt nicht	2	4	8	18	4
<i>Bereit zu erneutem Interview</i>					
Ja	86	71	53	54	76
Ja mit Einschränkung	5	5	5	7	5
Nein	9	24	42	39	19

Cramers V: „Unklare Fragen“ = .05 (n.s.), „Befragung gefallen“ = .19 (p < 0,001), „Bereit zu erneutem Interview“ = .24 (p < 0,001)

Frageformulierungen: "Wie oft ist es im vorherigen Fragebogen vorgekommen, daß eine Frage unklar formuliert war und Sie nicht wußten, was gemeint war?"; "Wie sehr hat Ihnen persönlich die Befragung gefallen?"; "Nehmen wir einmal an, wir würden zu einem späteren Zeitpunkt noch mal eine Umfrage durchführen. Wären Sie zu einem erneuten Interview bereit?" Antwortvorgaben wie in Tabelle aufgeführt, bei Frage zu erneutem Interview lauteten die Vorgaben "Ja, Nein, Sonstiges - was?"

Am Schluß des Fragebogens stellen wir den Befragten einige Fragen zur Befragungssituation: zum Vorkommen unklarer Fragen, ob die Befragung gefallen habe und ob man bereit sei, an einer neuen Befragung erneut teilzunehmen. Nach den Ergebnissen auf diese Fragen beziehen Mahnaktionen vor allem jene Personen verstärkt ein, die distanziert und ambivalent Umfragen gegenüberstehen. Der Kreis derer, die nicht zur Wiederbefragung bereit sind, steigt von 9% auf rund 40% (Tabelle 7).

8 Schlußbemerkungen

Im Gegensatz zu den Annahmen in der früheren methodischen Literatur sind mit postalischen Befragungen zufriedenstellende Ausschöpfungsquoten möglich. Umfragen in den neuen Bundesländern unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht von denen in den alten Bundesländern, wenn man den Empfehlungen von *Don Dillmann* folgt. Wenn andere Studien in Ostdeutschland niedrigere Werte erbrachten, geschah dies, weil man die Empfehlungen von *Dillmann* unzureichend beachtete. Entscheidend für das Gelingen einer postalischen Umfrage ist ein Anschreiben, das zur Teilnahme motiviert sowie mehrere Mahnaktionen mit erneut beigelegtem Fragebogen.

Durch die Mahnaktionen werden Personen verstärkt in die Untersuchung rekrutiert, die gegenüber Umfragen eine distanzierte Haltung einnehmen. Verzerrungen in der sozialen Zusammensetzung und dem Einstellungsmuster werden im Vergleich zur Grundgesamtheit dadurch reduziert. Am stärksten ist der Effekt der Mahnaktionen beim politischen Interesse ausgeprägt, was bedeutet: Durch die Mahnaktionen werden vor allem diejenigen verstärkt berücksichtigt, die wenig auskristallisierte Einstellungen und „non-attitudes“ (*Converse* 1964) aufweisen. Es handelt sich um Personen, denen gewöhnlich in der Sozialforschung unzureichend Beachtung geschenkt wird, die jedoch für das Verständnis des „mass belief system“ in der Bevölkerung bedeutsam sind.

Auffällig ist, daß sich das Sozialprofil und das Antwortverhalten der Befragten, die ohne Mahnung antworteten (rund ein Drittel der Zielpersonen), bei den hier untersuchten Fragen in der Regel nicht sehr stark von der Gesamtheit der Befragten (60% der Zielpersonen) unterscheiden. Die Effekte der Mahnaktionen sind, gemessen an *Cramers V*, schwach und meist statistisch nicht signifikant. Studien können offenbar unter Umständen auch dann in relativ befriedigender Weise verwendet werden, wenn sie weniger hohe Ausschöpfungsquoten aufweisen (zumindest in der hier untersuchten Variationsbreite).

Angesichts der Tatsache, daß postalische Erhebungen mindestens so hohe - wenn nicht gar höhere - Ausschöpfungsquoten erreichen können wie qualitativ hochstehende face-to-face Befragungen (wie z.B. der ALLBUS), sind die früheren Urteile in der Methodenliteratur über unzureichende Ausschöpfungsquoten obsolet geworden. Postalische Erhebungen können durchaus eine brauchbare Alternative zu den herkömmlichen Befragungsverfahren

sein. Sie sind überall dort einsetzbar, wo Adressenverzeichnisse auf Personenebene vorliegen. In der Bundesrepublik, wo – anders als in den skandinavischen Ländern – kein zentrales Einwohnerverzeichnis existiert, kann dies bei allgemeinen Bevölkerungsumfragen nur auf dem Umweg über lokale Stichproben aus Einwohnermelderegistern erfolgen. Oder, sofern man bereits eine face-to-face bzw. telefonische Befragung durchgeführt und die Adressen gesammelt hat, auf der Basis der Adressen der bereits Befragten.

Literatur

Atteslander, P., G. Bender, J. Cromm, B. Grebow und G. Zipp, 1999: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin: de Gruyter.

Amt für Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Düsseldorf, 1995: Leben in Düsseldorf, Düsseldorfer Bürger-Umfrage 1995, Beiträge zur Statistik und Stadtforschung, Heft 42. Düsseldorf

Andreß, H.-J., G. Lipsmeier und K. Selentin, 1995: Erfahrungen mit Direktmarketingadressen. Bevölkerungsumfragen im unteren Einkommensbereich, in: ZUMA-Nachrichten 37, S. 163-187.

Arzheimer K. und M. Klein, 1999: Die Wirkung materieller Anreize auf den Rücklauf einer postalischen Panelbefragung, in: ZA - Information, 43, S. 6 -31.

Becker R. und M. Nietfeld, 1999: Arbeitslosigkeit und Bildungschancen von Kindern im Transformationsprozeß. Eine experimentelle Studie über die Auswirkungen sozio-ökonomischer Deprivation auf intergenerationaler Bildungsvererbung, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 51, S. 55-79.

Bick, W. und W. Dobroschke, 1995: Leben in Frankfurt am Main. Erste Ergebnisse der Frankfurter Bürgerbefragung '94. Amt für Statistik, Wahlen und Einwohnerwesen Frankfurt a.M., Pressemitteilung 25.1.95.

Blankenship, A. B., 1961: Markt und Meinungsforschung in den USA, Tübingen: Demokrit Verlag.

Blasius, J. und K.-H. Reuband, 1995: Postalische Befragungen in der empirischen Sozialforschung: Ausschöpfungsquoten und Antwortmuster, in: Planung und Analyse, S. 35-41.

Bretschneider, M. (unter Mitarbeit von **J. Schumacher**), 1996: DEMOS - Eine Datenbank zum Nachweis Kommunalen Umfragen auf dem Weg zum Analyseinstrument, in: ZA-Information 38, S.59-75.

Church, A. H., 1993: Estimating the effect of incentives on mail response rates. A meta - analysis, in: Public Opinion Quarterly, 57, S. 62-79.

Converse, P.E., 1964: The nature of belief systems in mass publics, in: **Apter, D.A.** (Hrsg.): Ideology and discontent, New York und London: The Free Press, S. 206 - 261.

Diekmann, A., 1995: Empirische Sozialforschung, Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Dillman, D. 1978: Mail and telephone surveys, New York: Wiley.

Erdos, P., L. 1970: Professional Mail Surveys, New York.

- Esser, H.**, 1973: Kooperation und Verweigerung beim Interview, in: **E. Erbslöh, H. Esser, W. Reschka, D. Schöne**: Studien zum Interview. Mannheim: Verlag Anton Hain, S. 71-141.
- Friedrichs, J.**, 1990: Methoden der empirischen Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Goode W. J. und P. K. Hatt** 1965: Die schriftliche Befragung, in: **René König**, Hrsg., Das Interview, Formen, Technik, Auswertung. Köln und Berlin: Kiepenheuer und Witsch, S. 161-177.
- Günter, B.**, 1987: Schriftliche Befragungen der Wohnbevölkerung, in: Planung und Analyse, S. 340-343.
- Hafermalz, O.**, 1976: Schriftliche Befragung – Möglichkeiten und Grenzen. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler.
- Hippler, H.-J.**, 1985: Schriftliche Befragung bei allgemeinen Bevölkerungsstichproben - Untersuchungen zur Dillmanschen "Total Design Method", in: ZUMA-Nachrichten, S.39-56.
- Hippler, H.-J., N. Schwarz und E. Singer**, 1990: Der Einfluß von Datenschutzzwang auf die Teilnahmebereitschaft in Umfragen, in: ZUMA-Nachrichten, 27, S. 54-67.
- Koch, A.**, 1997: Teilnahmeverhalten beim ALLBUS 1994. Soziodemographische Determinanten von Erreichbarkeit, Befragungsfähigkeit und Kooperationsbereitschaft, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 49, S. 98-122.
- Landeshauptstadt Dresden, 1997: Kommunale Bürgerumfrage 1996, Dresden: Kommunale Statistikstelle.
- Mnich, E.**, 1993: Bürgerumfrage Halle 1993, Der Hallesche Graureiher 93-1, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.
- Neumann – Oellerking, D.**, 1996: Persönliche Mitteilung.
- Niemann, H.**, 1995: Hinterm Zaun. Politische Kultur und Meinungsforschung in der DDR - die geheimen Berichte an das Politbüro der SED. Berlin: edition ost.
- Reuband, K.-H. und Blasius, J.**, 1996: Face-to-face, telefonische und postalische Befragungen: Ausschöpfungsquoten und Antwortmuster in einer Großstadtstudie, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, S. 296-318.
- Reuband, K.-H.**, 1997: Befragungsstrategien, Ausschöpfungsquoten und soziale Zusammensetzung der Befragten. Ein Vergleich lokaler Umfragen. Vortrag auf dem ZUMA Symposium über Ausfälle bei Befragungen.
- Reuband, K.-H.**, 1998a: Umfragen in Ostdeutschland. Verbreitung, Erscheinungsformen und Bewertung durch die Befragten, in: Planung und Analyse, 2, S. 58-63.
- Reuband, K.-H.**, 1998b: Panelmortalität in postalischen Erhebungen und soziale Zusammensetzung der Befragten. Ergebnisse einer allgemeinen Bevölkerungsumfrage, in: Planung und Analyse, 1998, S.16-21.
- Reuband, K.-H.**, 1999a: Anonyme und nicht anonyme postalische Bevölkerungsumfragen. Auswirkungen auf die Rücksendequote und das Antwortverhalten, in: Planung und Analyse, 1, S. 56-58.
- Reuband, K.-H.**, 1999b: Strategien zur Maximierung der Ausschöpfungsquoten bei postalischen Befragungen, erscheint in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie.

Richter, H.J. 1970: Die Strategie schriftlicher Massenbefragungen. Ein verhaltenstheoretischer Beitrag zur Methodenforschung, Bad Harzburg: Verlag für Wissenschaft, Wirtschaft und Technik.

Roth, D., 1998: Empirische Wahlforschung, Opladen: Leske und Budrich.

Sahner, H., 1995: Gestern Legitimationsinstrument, heute Politikersatz? Empirische Sozialforschung und politisches System, in: **Reuband, K.-H., F.U. Pappi** und **H. Best** (Hrsg.): Die deutsche Gesellschaft in vergleichender Perspektive. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 287-304.

Scheuch, E.K., 1974: Auswahlverfahren in der Sozialforschung, in: **R. König** (Hrsg.), Handbuch der empirischen Sozialforschung, Bd. 3a, 3. Auflage, Stuttgart: Enke, S. 1-96.

Schneider, W.P.A., 1995: Promised Incentives. Zu den Auswirkungen materieller Anreize auf die Teilnahmebereitschaft an schriftlichen Befragungen, in: Planung und Analyse, 4, S. 73-75.

Schöppner, K.-P., 1992: Kaum befreit und schon verdrossen. Zweieinhalb Jahre politische Meinungsforschung in Ostdeutschland, in: Planung und Analyse 3, S. 45 - 51.

Schnell, R., B. Hill und **E. Esser** 1999: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg.

Schwind, H.D., W. Ahlborn, H.J. Eger, U. Jany und **V. Pudel**, 1978: Dunkelfeldforschung in Göttingen 1973/74. Eine Opferbefragung zur Aufhellung des Dunkelfeldes und zur Erforschung der Bestimmungsgründe für die Unterlassung von Strafanzeigen. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

Stadt Leipzig: Bürgerumfrage Herbst 1993, Leipzig: Amt für Statistik und Wahlen.

Statistisches Landesamt, 1995: Statistisches Jahrbuch Sachsen 1995. Kamenz: Statistisches Landesamt.

Thoma, M. und **M. Zimmermann**, 1996: Zum Einfluß der Befragungstechnik auf den Rücklauf bei schriftlichen Umfragen - experimentelle Befunde zur "Total-Design-Methode", in: ZUMA-Nachrichten 39, S. 141-157.

Wieken, K., 1974: Die schriftliche Befragung, in: **J. von Koolwijk** und **M. Wieken-Mayser** (Hrsg.), Techniken der empirischen Sozialforschung, Bd.4, München: Oldenbourg Verlag, S. 146-161.

Zimmermann, E., Th. Kolbeck und **H. Landsberger**, 1995: Abschlußbericht zur Studie "Die ambulante Gesundheitsversorgung in Dresden". Dresden: Institut für Soziologie, TU Dresden.